

令和2年度特色入試問題

《経済学部》 論文試験

500点満点

(注意)

1. 問題冊子および解答冊子は係員の指示があるまで開かないこと。
2. 問題冊子は表紙のほかに13ページある。
3. 解答冊子は表紙のほかに12ページあり、そのうち「ます目」の部分（ただし設問2、設問3(1)および設問4(1)は所定欄）が解答欄である。なお、別に下書き用紙5枚を配布する。
4. 試験開始後、解答冊子の表紙所定欄に受験番号・氏名をはっきり記入すること。表紙には、これら以外のことを書いてはならない。
5. 解答はすべて解答冊子の指定された箇所に記入すること。
6. 解答に関係のないことを書いた答案は無効にすることがある。
7. 解答冊子は、どのページも切り離してはならない。
8. 問題冊子および下書き用紙は持ち帰ること。解答冊子は持ち帰ってはならない。

【問】 以下の〔A〕、〔B〕は、会社（経営者）の社会的責任について、経済学者の岩井克人とミルトン・フリードマンがそれぞれ論じたものである。これらの二つの文章を読んで、設問に答えなさい。

（注1）問題文には、見出しを含め一部を省略または改変したところがある。大幅な省略箇所は、《略》と表記した。

（注2）問題文の年号表記等、一部の漢数字は、算用数字に改めた。また、問題文の一部の全角表記は、半角表記に改めた。

設問1 〔A〕の著者によれば、株主主権論とはどのようなものか。著者が述べる会社の構造にも言及しながら、600字以内で答えなさい。

設問2 〔B〕の下線部(a)を訳しなさい。

設問3 〔B〕の下線部(b)について、以下の小問に答えなさい。

(1) 下線部(b)を訳しなさい。

(2) 下線部(b)の文末の“a free society”とはどのような社会であるかを、150字以内で説明しなさい。

設問4 〔B〕の下線部(c)について、以下の小問に答えなさい。

(1) 下線部(c)を、thatが何を指すのかを明確にして、訳しなさい。

(2) 著者がどのような論理に基づき下線部(c)のような主張をしているのかについて、800字以内で説明しなさい。ただし、解答にあたっては、「フリードマン流の会社（経営者）の社会的責任」と「社会通念上の会社（経営者）の社会的責任」という用語を用いなさい。答案を書く際には、「」と（経営者）は省略しても構わない。答案の中では、これら2つの社会的責任の違いにも言及するとともに、下線部(c)の文末の“social responsibility”がいずれの社会的責任に該当するのかを明示しなさい。

設問5 〔A〕と〔B〕の著者がそれぞれ主張する会社の社会的責任について、「社会通念上の会社（経営者）の社会的責任」との違いも踏まえながら、両者の差異が分かるように、800字以内で説明しなさい。

〔A〕

法人とは、モノでありながらヒトである。禅問答のようですが、実際、「法人」とは、考えれば考えるほど不思議な存在です。「会社」というものを考えるときに、それがまず不思議な存在であること——それが、ヒトでありモノであるという、そもそも本質的に矛盾した存在であることを認識するのが、まずは重要です。そして、近代社会は、その矛盾した存在をその中に導入してしまった。もちろん、それは、会社という仕組みが資本主義的な経済活動をおこなう上で大変に使い勝手のよい、世にも便利な仕組みであったからにほかなりません。だが、それはそもそも矛盾した存在ですから、当然、さまざまな問題を社会にもたらして不思議はないのです。そして、そのような問題について考えることが、会社について考えることでもあるのです。

では、法人企業である会社は、法人化されていないたんなる企業といったどこが違うのでしょうか？

たとえば、私が街角の八百屋の主人だとしましょう。その私が、お腹がすいたときに、自分の八百屋の店先にあるリンゴを手にとつてがぶりと食べたとします。そのとき、それには何のお咎めもないはずです。せいぜい共同で店をやっているおかみさんのきつい視線を受けることぐらいです。なぜなら八百屋の場合、自分の店で売っているリンゴやナシなどの商品、あるいは、それらを運ぶための自転車や軽トラックなどは、すべて八百屋の主人の所有物だからです。八百屋の主人は、それらをどのように処分してもいい。食べてもいいし、極端なことを言えば、捨ててしまってもいい。すべて自由です。ただ、普通は、お客さんにリンゴやナシを売って、お金を稼いで生活しているわけです。

八百屋という企業は、すべてその主人のものなのです。そして、実は、会社は株主のものでしかないと主張する株主主権論とは、八百屋の主人とその店先のリンゴとの関係を、そのまま会社の株主と会社の資産にあてはめてしまったものです。だが、会社の株主が、この株主主権論をまともに信じてしまったら、とんでもない目にあってしまいます。

今度は私が、上場をしている某デパートの株主であったとしましょう。その私が、お腹をすかして、街を歩いていて、ちょうど自分が株式を持っているデパートの前を通りかかったとします。そこで私が、デパートの中に入り、会社のものはすべて株主のものであると叫んで、その地下売り場で売っているリンゴをがぶりとかじったとしたら、どうなるのでしょうか？

私は、窃盗罪で捕まってしまいます。

なぜでしょう？ それは、会社資産の法律上の所有者は、株主ではないからです。会社資産とは、読んで字のごとく、会社の資産です。その法律上の所有者は、法人、つまり法律上ヒトとして考えられている会社であるのです。デパートの地下売り場のリンゴを食べてしまった株主

は、自分のモノではなく、会社という他のヒトのモノを食べたことになるのです。だから、あわれにも、窃盗罪で捕まってしまうのです。

会社の資産は株主のものではありません。では、株主とはどういう存在なのでしょう？ 株主とは、読んで字のごとく、株式の持ち主です。では、株式とは何でしょう？ ここで、法人とは、本来ヒトではないが法律上ヒトとして扱われているモノであるという定義を思い出してください。会社とはヒトであるだけでなく、同時に、モノでもある。そして、多少大ざっぱな言い方になりますが、通常、株式とよばれるのは、このモノとしての会社のことを指すのです。株主とは、株式の持ち主、すなわちモノとしての会社の所有者にほかなりません。

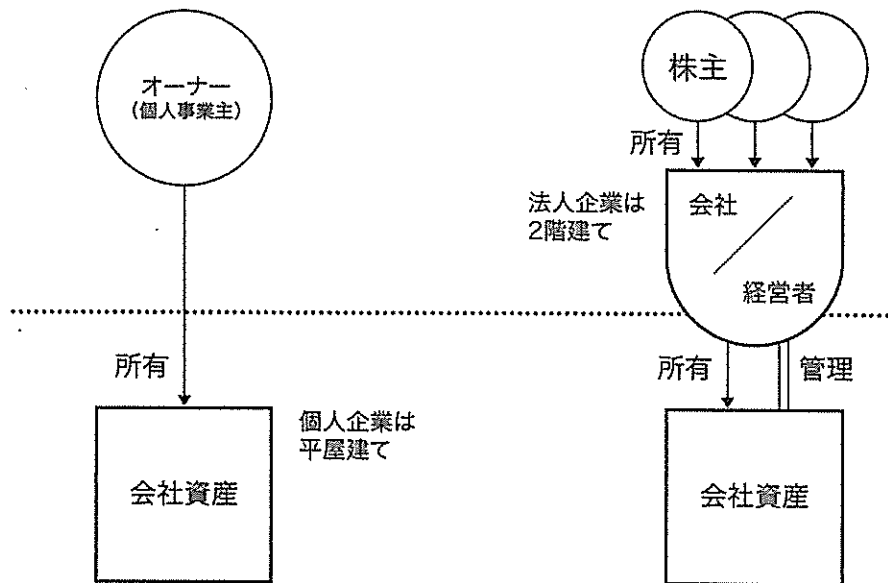
いまの議論をもうすこし理論的に述べ直すと、次のようになります。会社がヒトとして会社資産を所有しているということは、それを自由に管理し、そこから生み出される利益を受け取り、会社が解散したときにもその一部が残っていれば、それを引き取る権利を持っているということです。会社をモノとして所有するということは、会社資産を所有するのではなく、会社がヒトとして持っている、これらの権利を所有することになるわけです。それは、具体的には株主総会の議決権であり、配当への請求権であり、残余資産への請求権です。株式とはそういう権利をひとつに束ねて有価証券にしたものにほかなりませんから、株式を所有するとは、まさに会社をモノとして所有することになるのです。

資本主義経済では、すべてのモノは売り買いの対象になります。株式もモノですから、当然、売り買いの対象になります。そして、株式をモノとして自由に売り買いする市場を、株式市場とよびます。経済学や金融論の教科書のなかには、株式市場を会社資産を直接売り買いする市場であるかのように説明しているものがたくさんありますが、これは間違いです。株式市場とは、会社のなかに据えつけられた会社資産とは独立に、モノとしての会社を売り買いする市場のことなのです。

これによって、法人である会社の法律的な構造が明らかになったと思います。

街角の八百屋は、ひじょうに単純な構造をしています。八百屋の主人が八百屋の資産であるリンゴやナンや自転車や軽トラックを直接に所有している。それはいわば平屋建ての建物です。これに対して、会社は、二階建ての構造を持っています。まず、二階部分では、株主が会社をモノとして所有している。具体的には株式を所有しているわけです。そして一階部分では、その株主に所有されている会社が、こんどはヒトとして会社資産を所有している。すなわち、会社とは二重の所有関係の組み合わせによって成立している組織なのです。

このように会社の基本的な構造を把握すると、会社という存在にかんする多くの疑問がおのずと明らかになってくるはずで、たとえば、一昔前には、アメリカ型の会社がよいのか日本型の会社がよいのか、あるいは会社は株主のものでしかないという株主主権論はグローバル標



準なのか、株主の役割を軽視する日本型経営は資本主義ではないのではないのか、といった大論争がありました。この論争にかんしても、上に述べた会社の基本的な構造さえ理解すれば、ほんとうは何が問題になっているのかが、かんたんに理解できるようになります。

会社は二階建ての構造をしているといいましたが、その二階の部分のみに注目すると、株主がモノとして会社を所有しているだけに見えます。すなわち、アメリカ型の会社というのは、この二階部分を強調した会社のあり方であるのです。

逆に、一階部分に注目すると、会社のヒトとしての役割が際だって見えます。会社は、株主から独立した存在として、さまざまな資産を所有し、多数の従業員を雇い、いろいろな取引先と契約を結び、銀行から融資をうける。実際の経済のなかで、ヒトのように、いやヒト以上に活動しています。そうした会社の持つヒトの面を強調するのが日本型会社のあり方にほかならないのです。

要するに、アメリカ的な会社のあり方も日本的な会社のあり方も、会社というものがそもそも持っている二階建て構造の、それぞれ二階部分と一階部分のどちらを強調するのかということの違いでしかない。そう考えれば、どちらが特殊でどちらが普遍かというような議論は無意味です。どちらも特殊であり、どちらも普遍的であるのです。

《略》

最近、よく「コーポレート・ガバナンス」という言葉を目にしたり耳にしたりするようになりました。10年ほど前までは、専門家以外にはあまり知られていなかった言葉ですが、1990

年代以降、新聞などでも日常的に語られることが多くなってきました。だが、まさにそれがコーポレート・ガバナンスとカタカナ英語をそのまま使うことが多かったことに示唆されているように、その背後には、アメリカ型の会社のあり方こそグローバル標準であり、日本経済の行く先はその方向にしかないという意識があったはずです。では、この「コーポレート・ガバナンス」とはほんとうはいったい何なのでしょう。それを理解するには、ふたたび、会社の二階建て構造論が不可欠になります。

「コーポレート・ガバナンス」とは、実はいろいろな定義があるのですが、大ざっぱにいえば、会社の望ましい経営のためには、経営者の行動をどのようにコントロールしていけばよいかという問題のことです。新聞や雑誌では、よくこの言葉の後にカッコで“企業統治”という日本語訳がつけられています。この訳語ほど人々の混乱を端的に表すものもないでしょう。「コーポレート (Corporate)」という英語は「会社」を意味するわけですから、コーポレート・ガバナンスという言葉は、本来ならば「会社統治」とでも訳すべきものです。それを「企業統治」と訳してしまった。それは多くの人が企業と会社とを混同していることの証拠です。そしてその混同こそが、これまでのコーポレート・ガバナンスの議論をひどく脱線させてしまっているのです。法人化されている会社の経営者は、八百屋のような法人化されていない企業が雇う経営者とは、根本的に異なった存在である——この事実が、コーポレート・ガバナンスの出発点なのです。

このことを理解するために、まず、法人化されていない企業、たとえば先ほどから例になっている八百屋にもう一度戻ってみます。八百屋の主人が、もう年をとって八百屋の経営に疲れてしまった。釣りでもして余生をすごそうと考えたとしましょう。そのとき、主人はだれか他の人を経営者として雇って、店の経営をすべて任せることができます。その場合、オーナーである主人と、その主人が雇う経営者の間で契約を結びます。それは「委任契約」または「代理人契約」です。

《略》

街角の八百屋の主人と雇われ経営者との関係は、契約関係です。したがって、それはお互いが自己の利益を追求している関係です。これに対して、法人としての会社とその経営者との関係は、契約関係ではありません。それは、あえて名前をつけるとすれば、「信任関係」という関係です。法人としての会社はみずからのすべての行動を、「信頼」によって経営者に「任せて」いるのです。それだからこそ、「信任」を受けた会社の経営者は、会社にたいして「倫理的」に行動することを義務づけられているのです。

株主主権論のように、会社と企業を混同してしまい、経営者と会社との関係をたんなる契約関

係と見なしてしまうと、とんでもないことが起こるのも当然です。たとえば、代表取締役の報酬を、会社と代表取締役の契約によって決めるとしましょう。会社は法律上ヒトではありますが、実際はモノです。その会社が契約書を書いたり、契約書にサインするためには、代表取締役が会社になり代わって契約書を書いたりサインしたりしなければなりません。ということは、会社が代表取締役と契約を結ぶということは、実質的には、代表取締役が自分自身と契約書を交わすということになってしまうわけです。これは、自己契約にほかなりません。自己契約とは、元旦の誓いと同じです。そこには、何でも書くことができます。悪い経営者であれば、自分にだけ有利な契約書をつくってしまうことなど、朝飯前です。会社には頭も目も口もありませんから、経営者が会社を私物化したとしても、それを見つけて抗議することもできないのです。いや、会社の内部事情に関する情報の多くは、経営者が握っていますから、経営者は、会社だけでなく、株主や従業員など会社のほかの利害関係者も容易に欺くことができるはずです。

株主主権論とは、企業と会社とを混同した法理論上の誤りですが、それがたんなる理論上の誤りでしかなかったら、あまり実害はないかもしれません。だが、それは本来、信頼関係で結ばれるべき会社と経営者との関係を、あたかも契約関係であるかのように見なすのを許すことによって、経営者による会社の私物化への道を開いてしまう働きをするのです。

《略》

最近、「コーポレート・ガバナンス」という言葉以上に見たり聞いたりする言葉に、「CSR」があります。Corporate Social Responsibility という英語の頭文字で、「会社の社会的責任」を意味する略語です。「会社統治」を意味する Corporate Governance にかんしては、新聞や雑誌はわざわざカタカナで「コーポレート・ガバナンス」と書いていますが、この会社の社会的責任という言葉にかんしては、「コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ」というカタカナ英語は長すぎるのか、もとの英語の頭文字で代用しています。いずれの場合も、日本語訳ではなく、カタカナ英語や頭文字英語が使われるのは、日本経済の風土にとって異質な概念として、多くの人が抵抗感をいだいていることの反映かもしれません。それが、次から次へと起こる日本の主要な会社の不祥事が直接の引き金になったのでしょうか。いまでは「CSR バブル」などと揶揄されるほど、会社の社会的責任にかんするシンポジウムが大流行しています。

わたしは、いくら CSR バブルと揶揄されようとも、このようなシンポジウムがたくさん開かれることは、大変に意味のあることだと思っています。じじつ、わたし自身、いくつものシンポジウムに出席して、発言したこともあります。ただ、同時に感じているのは、会社の社会的責任という概念がいったい何を意味するのかが曖昧にされたまま、CSR という標語だけが一人歩きしているのではないかという危惧です。

じつは、「会社とは何か」という根源的な問いから出発しないかぎり、「会社の社会的責任とは何か」という問題をまともに論ずることは不可能なのです。その理由は簡単です。もし会社は株主のものでしかないという株主主権論が正しければ、会社の社会的責任などという言葉は、まったく意味をなさないからです。

《略》

ところで、CSRのシンポジウムなどで、よく耳にするのは「CSRはお得です」という説明です。会社が社会的責任を果たすことは、長期的には会社の利益につながるといって、CSRの普及をはかっているのです。

たとえば、環境に配慮している会社や芸術を支援している会社は、地球に優しい会社あるいは文化の香りの高い会社として、客のあいだで良いイメージをもたれるようになり、その会社の製品をよく買ってくれるようになるというのです。ブランド戦略としてのCSRです。また、どのような会社でも、一時的な利益のために、あるいは一時的な損失を避けるために、違法行為をしたくなる誘惑に駆られることがある。しかし、もしその誘惑に負けて、違法行為をしてしまったとき、万一それが内部告発などで暴かれてしまうと、マスメディアで大々的に報道され、社会的信用をあっというまに失ってしまうことになる。それは結局は、会社の利益を悪化させてしまい、最悪の場合は、会社そのものが倒産に追い込まれてしまうかもしれない。したがって、法令遵守（コンプライアンス）は、会社の長期的な利益を確保するために、有効な戦略だというわけです。

しかしながら、もしこれがCSRの意味であるとしたら、会社の社会的責任という言葉は全く無内容な言葉です。なぜならば、それは、会社に長期的な利益を最大化せよといっているのにすぎません。もし環境への配慮や芸術活動の支援や法令の遵守が、会社の長期的利益を高めるのであれば、それは、会社の唯一の目的は株主の利益を最大化することだという株主主権論と矛盾しないどころか、まさにそれに100%合致することになります。それは、長期的な利益を高める方法について不勉強な経営者に、かれらの知らない長期的な利益の高め方を教えているにすぎません。それは、コーポレート・ガバナンスにかんするシンポジウムのテーマのひとつではあっても、会社の社会的責任という名を冠するシンポジウムのテーマにはなりえないはずで

このCSRという言葉が、たんなる長期的利益を最大化するための経営戦略という意味以上の意味を持つかどうか——それをきちんと論ずるためには、もう一度、その言葉がCorporate Social Responsibilityという英語の頭文字であることを思い出す必要があります。それは文字通り、「会社（Corporation）」の社会的責任のことであって、「企業」の社会的責任のことではな

いのです。ここでも、法人企業としての会社とたんなる企業との区別が、本質的な意味を持つことになります。「人間は、自由と権利において、平等なものとして生まれ、生きる」というのは、フランスの人権宣言の第一条です。日本の民法第三条にも、「私権の享有は、出生に始まる」という言葉があります。市民社会の基本原理は何かと問われたら、すべてのヒトは生まれながらにヒトとしてあつかわれる権利を持っていることだという答えが、返ってくるはずですが。ヒトは生まれおちた瞬間から、モノとしてではなく、ヒトとしてあつかわれなければならないのです。これは、近代社会にとっての公理であり、そこに疑問を挟む余地はありません。近代社会のすべての制度は、この公理から導き出されることになります。

生まれながらのヒトのことを、法律では、「自然人」といいます。ところが、その近代社会は、この自然人以外にも、「法人」という奇妙なヒトを生み出してしまいました。本来はヒトでないのに、法律上はヒトとして扱われるモノのことです。

自然人の場合は、ヒトとして生まれ落ちたことによって、社会によってヒトとしてあつかわれる権利を持っています。自然人は自然人であること自体が、その存在意義なのです。だが、法人の場合は、生まれながらのヒトではありません。それはたんなるモノです。そのたんなるモノが、たとえ法律の上だけであれ、社会によってヒトとしてあつかわれているのです。では、社会はなぜ法人をヒトとして承認しているのでしょうか？

それは、法人が社会にとってなんらかのプラスの価値を持っているからです。逆に、それが社会にとって何の価値も持たなかったり、またはマイナスの価値しか持たなかったりするならば、ヒトとしてあつかわれる必要はありません。たんなる石ころを、だれも法人にしようとは思いません。法人の場合、その存在意義は、それがなんらかの社会的な価値を持っていることにしかないのです。法人とは、本来的に社会的な存在であるのです。

問題は、その社会的価値の内容です。

いうまでもなく、法人が生み出す社会的な価値のもっとも単純な例は、企業活動によって生み出される経済上の利益です。くりかえしますが、利益とは収入から費用を引いたものです。費用とは、その企業活動が、市場を通して、モノやヒトといった資源を社会からどれだけ取り去ったかを示しています。収入とは、市場を通して、モノやヒトといった資源を社会にどれだけ与えたかを示しています。したがって、利益があがっていれば、その企業活動は社会に価値を付け加えたことになります。逆に、損失が出れば、社会から価値を奪ってしまったことになります。その意味で、会社が生み出す利益とは、法人企業としての会社が社会的な存在意義を持っていることの、もっとも明確な証拠であるわけです。利益を出している会社は、社会的に価値を持ち、生き続ける権利があります。損失を出している会社は、社会的に価値がなく、死んでもらうよりほかはないということなのです。じじつ、損失を出し続けた会社は、倒産して

しまうこととなります。これに対して、自然人の場合は、まったく違います。自然人は、本人がヒトとして生きる意思を持っているかぎり、ヒトとして生きる権利を持っているはずです。

じつは、株主主権論の考え方というのは、会社の社会的な存在意義を、基本的には、このような経済的な利益の有無に限定してしまおうというものです。そして、じっさい、もし株主主権論が正しければ、会社とは株主の道具にすぎないことになり、株主となった個人に利益を与えるかどうか、その唯一の存在意義であることになってしまいます。だが、株主主権論は、法理論上の誤りなのです。

そこで、法人とは、社会にとって価値を持つから、社会によってヒトとして認められているのであるという、法人制度の原点に立ってみましょう。そうすると、少なくとも原理的には、法人企業としての会社の存在意義を、利益の最大化に限定する必要などないことが分かります。社会的な価値とは、社会にとっての価値です。それは、まさに社会が決めていく価値であるのです。そして、ここに、真の意味でのCSRの出発点を見いだすことができるはずです。すなわち、たんなる長期的利益最大化の方便には還元しえない社会的な責任という意味でのCSRです。

近代社会が成熟するにつれて、その中の個人個人は市民社会の一員としての意識を高めてきました。「市民社会」という概念については、さまざまな論争がありますが、ここでは、とりあえず、資本主義経済にも国家システムにも還元できない人間と人間の関係のあり方、とでも規定しておきましょう。資本主義経済が前提とするのは、自己利益の追求にはげむ個人です。国家システムが前提とするのは、法律によって課された義務にしたがう個人です。この資本主義経済にも国家システムにも還元されない市民社会というものがあるとすれば、それは、自己利益を超えた何かを追求し、法的な義務を超えた何かをみずから課す個人の存在を前提とすることになります。まさにその「何か」が、社会的な責任なのです。そして、そのような社会的な責任を共有している個人こそ、市民社会を構成する市民にほかならないのです。

この社会的責任が具体的にどのような内容であるかは、時代によって社会によって、変わっていきます。たとえば、同じ環境への配慮といっても、自分たちが現に生活している地域の環境への配慮から、グローバルな環境への配慮、さらには未来世代の環境への配慮という風に、市民意識の成熟に応じて、社会的責任の範囲も拡大していくことになるでしょう。いずれにせよ、ここで重要なことは、このような市民意識の成熟が、同じ社会のなかで法人として活動している会社にたいして、それをヒトとして承認するための社会的な存在理由として、たんなる利益の追求を超えた何か、法的な義務を超えた何か、を要求し始めているという事実です。それが、現在、CSRにたいする、全世界的な関心の高まりの背景であるのです。

もちろん、このような動きについて、学者のパイプ・ドリームであるとか、功成り名を遂げた経営者の道楽であるとか、その実現性を疑う人間が大勢いることも確かです。いや、そのよ

うなシニシズムのほうが、多数を占めているといったほうがよいでしょう。そして、実際、そのようなシニシズムには、ちゃんとした根拠があります。もし会社の社会的責任が利益の最大化を放棄することであるならば、まじめに CSR にはげむ会社は、利益の最大化のみを考えている会社との競争に敗れ、この過酷なグローバル資本主義のなかで生き残っていくのは困難であるということです。CSR は、お得ではなく、大損なのです。

だが、おもしろいことに、ここに、前節の冒頭で揶揄された「CSR バブル」の隠された意義があるのです。たしかに、CSR は一つの会社が単独で実践すると、その会社を競争のうえで不利にしてしまいます。しかしながら、一つの会社だけでは不可能なことでも、多数の会社が同時に行えば不可能ではありません。もし多くの会社が同時に CSR を実践していくようになれば、一つの会社の競争上の不利は軽くなっていくはずで、CSR バブルとは、株式や土地のバブルと異なって、バブルが続いていけばいくほどバブルではなくなり、まさにファンダメンタルとになってしまうという逆説をはらんだものなのです。それは、われわれ自然人においても、基本的人権という概念自体、はじめは少数の人間の間のみ通用するバブルのようなものであったのが、いつの間にか多数の人間に共通のファンダメンタル（基本）となったのと同じです。人間は、歴史の中で、徐々にそのファンダメンタルズを増して、少しでもまともな社会を実現しようと努めてきたのです。

「会社はだれのものか」というこの本の問いかけにたいする基本的な答えが、ここにありません。語呂合わせに聞こえてしまうかもしれませんが、会社は社会のものなのです。

(出典) 岩井克人『会社はだれのものか』平凡社、2005 年。

(B)

In a free-enterprise, private-property system, a corporate executive is an employee of the owners of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct the business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom. Of course, in some cases his employers may have a different objective. A group of persons might establish a corporation for an eleemosynary¹ purpose — for example, a hospital or a school. The manager of such a corporation will not have money profit as his objective but the rendering of certain services.

In either case, the key point is that, in his capacity as a corporate executive, the manager is the agent of the individuals who own the corporation or establish the eleemosynary institution, and his primary responsibility is to them.

Of course, the corporate executive is also a person in his own right. As a person, he may have many other responsibilities that he recognizes or assumes voluntarily — to his family, his conscience, his feelings of charity, his church, his clubs, his city, his country. He may feel impelled by these responsibilities to devote part of his income to causes he regards as worthy, to refuse to work for particular corporations, even to leave his job, for example, to join his country's armed forces. If we wish, we may refer to some of these responsibilities as "social responsibilities". But in these respects he is acting as a principal, not an agent; he is spending his own money or time or energy, not the money of his employers or the time or energy he has contracted to devote to their purposes. If these are "social responsibilities", they are the social responsibilities of individuals, not of business.

What does it mean to say that the corporate executive has a "social responsibility" in his capacity as businessman? If this statement is not pure rhetoric, it must mean that he is to act in some way that is not in the interest of his employers. For example, that he is to refrain from increasing the price of the product in order to contribute to the social objective of preventing inflation, even though a price increase would be in the best interests of the corporation. Or that he is to make expenditures on reducing pollution beyond the amount that is in the best interests of the corporation or that is required by law in order to contribute to the social objective of improving the environment. Or that, at the expense of corporate profits, he is to hire "hardcore"² unemployed instead of better qualified available workmen to contribute to the social objective of

reducing poverty.

In each of these cases, the corporate executive would be spending someone else's money for a general social interest. Insofar as his actions in accord with his "social responsibility" reduce returns to stockholders, he is spending their money. Insofar as his actions raise the price to customers, he is spending the customers' money. Insofar as his actions lower the wages of some employees, he is spending their money.

(a)The stockholders or the customers or the employees could separately spend their own money on the particular action if they wished to do so. The executive is exercising a distinct "social responsibility", rather than serving as an agent of the stockholders or the customers or the employees, only if he spends the money in a different way than they would have spent it.

《略》

In practice the doctrine of social responsibility is frequently a cloak³ for actions that are justified on other grounds rather than a reason for those actions.

To illustrate, it may well be in the long run interest of a corporation that is a major employer in a small community to devote resources to providing amenities⁴ to that community or to improving its government. That may make it easier to attract desirable employees, it may reduce the wage bill or lessen losses from pilferage⁵ and sabotage⁶ or have other worthwhile effects. Or it may be that, given the laws about the deductibility⁷ of corporate charitable contributions, the stockholders can contribute more to charities they favor by having the corporation make the gift than by doing it themselves, since they can in that way contribute an amount that would otherwise have been paid as corporate taxes.

In each of these—and many similar—cases, there is a strong temptation to rationalize these actions as an exercise of "social responsibility". In the present climate of opinion, with its wide spread aversion⁸ to "capitalism", "profits", the "soulless corporation" and so on, this is one way for a corporation to generate goodwill⁹ as a by-product of expenditures that are entirely justified in its own self-interest.

(b)It would be inconsistent of me to call on corporate executives to refrain from this hypocritical window-dressing because it harms the foundations of a free society. (c)That would be to call on

them to exercise a “social responsibility”! If our institutions, and the attitudes of the public make it in their self-interest to cloak their actions in this way, I cannot summon much indignation to denounce¹⁰ them.

(出典) Reprinted by permission from Springer Nature: Springer Nature, The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits by Milton Friedman, Copyright (c) 2007, Springer-Verlag Berlin Heidelberg

(出典) The New York Times Magazine の 1970 年 9 月 13 日付に掲載された Milton Friedman の小論の一部。W. Ch. Zimmerli, K. Richter, and M. Holzinger (eds.), Corporate Ethics and Corporate Governance, Berlin, Heidelberg, New York: Springer, 2007 所収

(註)

1. eleemosynary — 慈善の, 善意からの
2. hardcore — 筋金入りの, 本格的な, 慢性的な, 常習の
3. cloak — ごまかそうと覆い隠すもの, 口実
4. amenity — 快適さ, 恩恵, 特典, 生活を快適にする設備・環境
5. pilferage — 盗み, 窃盗, くすねること
6. sabotage — 妨害行為, 破壊工作, サボタージュ
7. deductibility — 税控除, 免責条項
8. aversion — 根強い反感, 嫌悪
9. goodwill — 業務上の信用
10. denounce — 公然と批判する, 非難する